

告别价格战幻觉 出口与高端化托底4月车市



5月3日,为期10天的2026北京国际车展落下帷幕,这场全球规模最大的汽车盛会并未能驱散车市寒意,反而以密集的新车发布与技术迭代,将行业竞争推向了全产业链成本竞争的深水区。随着各大车企4月销量数据陆续出炉,市场整体承压、内部结构分化、海外市场突围的行业图景越发清晰:头部自主品牌凭借出口与多品牌战略稳固基本盘,新势力阵营呈现零跑断层领跑、3万辆级阵营激烈竞争的重构态势,高端化与全球化已成为中国车企突破增长瓶颈的核心战略方向。

■新快报记者 刘佳淇

比亚迪持续领跑 出口成品牌增长胜负手

在整体市场疲软的背景下,比亚迪、奇瑞、吉利、长安等几家头部自主品牌展现出强大抗风险能力,而出口表现的差异,直接决定了各家的增长速度与市场排位。

4月,比亚迪以32.11万辆的单月销量,稳居自主品牌榜首。值得一提的是,比亚迪4月海外销量13.45万辆,同比增长70.9%,单月出口量刷新品牌历史纪录,占总销量比重超四成。再看1-4月,比亚迪累计销量102.16万辆,海外累计销售45.43万辆,海外市场已从过去的“增量补充”,正式升级为支撑品牌发展的“结构性支柱”。产品矩阵方面,王朝网海洋网为销量主力,贡献了27.34万辆,仍是绝对基本盘;与此同时,方程豹2.91万辆、腾势1.13万辆、仰望264辆,悬殊的销量差距表明,比亚迪的销量重心仍牢牢锁定在主流价格带,高端化与个性化品牌尚处长期培育阶段。

奇瑞集团4月销量超25万辆,其中出口17.8万辆,再次刷新中国车企单月出口纪录。这也是奇瑞今年第二次刷新出口纪录,其增长逻辑与多数车企截然不同:出口不仅是财务增量,更是规模扩张的主要抓手,每卖出三辆车就有两辆驶向海外,出口占比超70%。过去多年在海外深耕积累的渠道与品牌口碑,如今开始反哺其新能源转型,成为奇瑞区别于其他自主品牌的核心竞争力。

吉利汽车4月销量23.52万辆,新能源销量13.6万辆,同比环比均实现正增长;海外出口同比暴增245%,连续4个月实现翻倍增长。吉利的核心变化是,新能源已成为集团销量的主体增量,转型正从银河、极氪等新品牌向全体系渗透。领克4月销量2.28万辆,其中新能

源车型占比55%;极氪月销3.18万辆,同比增长132%,高端化转型成效显著。

长安汽车4月交付20.95万辆,同比小幅增长1.7%,其中新能源交付9.42万辆,同比增长32.2%;海外交付7.27万辆,同比增长69.9%。我们不难看出,深蓝与启源两大新能源子品牌双线发力,分别交付3.32万辆和3.21万辆,规模几乎持平,然而二者主力价格带高度重叠(10万-20万元),也带来了渠道内耗与资源分散的长期隐忧。阿维塔4月销量5279辆,新阿维塔12、阿维塔06T双车在今年北京车展前上市,进一步丰富了集团的高端产品矩阵。

新势力大洗牌 3万辆级阵营陷入混战

与头部自主车企的整体稳健不同,新势力阵营4月上演了一场剧烈的排位洗牌。零跑汽车一举突破7万辆大关,销量是排名第二的理想两倍有余,形成了绝对的断层领先;而在月销3万辆阵营中,除了理想、小鹏、小米、蔚来等,来自传统自主车企的深蓝、极氪也展开了贴身肉搏,让月销3万辆阵营中只要有任何一点波动都可能引发排位剧变。

4月,零跑汽车以71387辆的交付量登顶新势力榜首,同比增长73.95%,环比增长42.69%,刷新自身单月交付纪录。“4月销量订单应该超预期。”零跑董事长朱江明在2026北京车展上的预判得到了完美印证。3月底上市的A10和4月中旬上市的D19两款新车成为核心增量,其坚持多年的“全域自研”带来的极致成本优势,在当前价格战中转化为了实实在在的市场竞争力。

紧随其后的是理想汽车,以34085辆位居新势力排行榜第二,不过其环比下滑17%,同比也仅微增0.43%,理想i6

未能带来预期的销量增长,而新款L9 Livis在2026北京车展完成首秀,要到5月15日才正式上市,其50万元以上的定价能否拉动品牌销量回升,仍有待市场检验。

再看小鹏汽车,4月以31011辆重返月销3万辆阵营,创2026年以来月度新高,2026款MONA M03成为关键拉动,但整体销量同比仍下降11.5%,并且是连续四个月同比负增长,复苏基础尚不稳固。

此外,小米汽车以月销量“30000+”辆,保持着稳定的交付节奏。蔚来汽车则以29356辆销量,与3万辆门槛仅一步之遥,不过蔚来目前正处于产品切换期,2026款乐道L90已上市,蔚来ES9和乐道L80也将于5月陆续推出,有望在5月迎来销量反弹。

值得注意的是,传统车企孵化的新能源子品牌正凭借母公司全产业链优势,正在快速崛起并改写新势力月销3万辆阵营格局。例如,深蓝汽车4月销量为33187辆,同比增长64.8%,其中S05单款车型贡献了超半数销量。极氪汽车4月销量为31787辆,同比增长132%,新车8X于4月17日上市,仅13天就交付近3500辆,有望成为该品牌下一个增长引擎。

价格战升级为成本战 高端化与全球化破局之道

2026北京车展掀起的新车潮,标志着中国车市的竞争已彻底告别简单的价格战,进入了全产业链成本控制能力的终极较量阶段。面对国内市场总量增长的天花板,高端化突围与全球化扩张,成为了车企破解增长困局的两大核心路径。

有分析认为,2026年第一季度,受传统淡季与新能源汽车购置税调整影

响,车市寒意明显,总体销量同比环比双降。步入二季度,消费能力制约、经济型电动车市场份额萎缩等问题依然存在,市场总量增长承压。在此背景下,北京车展成为新一轮市场竞争的起点,激光雷达、800V高压平台、双腔空气悬架等曾经的高端配置,正快速下探到主流价格区间。“今天的车圈有点像十年前的手机圈,特别是车型的迭代速度越来越快。”千里科技联席董事长赵明表示,快速迭代与激烈竞争正在加速行业优胜劣汰。

为摆脱价格战泥潭,多家车企选择发力高端市场。高端市场不仅能带来更高毛利,还能提升品牌美誉度,但必须依靠爆款车型支撑。吉利汽车高级副总裁林杰曾提到,极氪自2026年1月以来没有参与任何价格战。极氪9X自去年下半年上市以来,月度交付持续超1万辆,单车均价超53万元,成为高端市场的标杆产品。

4月销量数据最显著的特征,是出口业务的爆发式增长。比亚迪、奇瑞、吉利、长安等头部车企的出口增速均远超国内市场增速,海外市场已成为中国汽车产业增长的核心引擎。与过去简单的产品出口不同,如今中国车企的全球化已进入“走出去”的新阶段,通过海外建厂、建立本地化研发与销售体系,逐步提升全球品牌影响力。

2026年已过去三分之一,北京车展积累的意向订单将在5月集中转化,叠加各家车企的促销政策加码,5月车市销量格局仍存变数。这场没有硝烟的淘汰赛,最终考验的是企业在技术、成本、品牌与全球化四个维度的综合实力。而中国汽车产业的全球化征程,也将在这场激烈的竞争中,从“产品出海”真正迈向“品牌出海”的新阶段。

比亚迪官宣涨价 部分车型选装辅助驾驶价格调整

新快报讯 记者陈璇报道 4月28日,比亚迪官宣旗下多款车调价。官方说明中提到,受全球存储硬件成本大幅上涨的影响,比亚迪旗下(王朝网、海洋网、方程豹)部分车型,选装天神之眼B辅助驾驶激光版的价格,将从9900元上调为12000元。此次选装价格调整将于2026年5月1日正式生效,2026年4月30日及之前,付定金下单的客户不受此次调价影响。

事实上,比亚迪并不是今年第一

家官宣涨价的车企,此前3月,奇瑞成为首个官宣涨价的车企,该公司旗下高端品牌星途上调5000元。随后,小米新一代SU7也官宣全系涨价4000元;鸿蒙智行旗下多款车通过迭代至896线激光雷达,售价也上涨了1万元。

显然,今年以来存储硬件成本的上漲广泛影响着车企对车型的定价策略,尤其是石油价格上涨带动化工类原材料涨价,影响着汽车生产成本上

漲。继比亚迪官宣涨价的两天后,长安启源于4月30日也官方发布了关于长安启源Q07天枢智能激光版价格调整的说明。官方表示,受全球车规级芯片成本大幅上涨的影响,为持续提供高品质产品,保障广大启源用户的产品体验,长安启源品牌决定,自5月7日起生产的长安启源Q07天枢智能激光版车型,官方指导价将上调3000元。

对此,已有多位车企一把手在公

开场合表示,汽车涨价大概率会成为趋势,当行业普遍难以承受成本压力时,价格或将出现调整,建议消费者尽早理性选购车辆。



更多优质汽车资讯
请关注新快报汽车视频号及新快网汽车频道